

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**  
**БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ**  
**ИНСТИТУТ ЖУРНАЛИСТИКИ**  
**Кафедра периодической печати**

Клебанова  
Карина Владимировна

**Шоу-бизнес в репрезентации белорусских СМИ**

Дипломная работа

Научный руководитель:  
кандидат филологических наук  
доцент  
Л.П. Саенкова

Допущена к защите

Протоколом №10 от 21.05.2015

Зав.кафедрой периодической печати,

кандидат филологических наук доцент \_\_\_\_\_ О.М. Самусевич

Минск, 2015

## **РЕФЕРАТ ДИПЛОМНОЙ РАБОТЫ**

Объем дипломной работы: 63 стр. Работа состоит из Введения, трех глав, Заключения, Списка литературы (48 источников), Приложения.

Количество иллюстраций (рисунков): 14.

Ключевые слова: ШОУ-БИЗНЕС, ЖУРНАЛИСТИКА, МАССОВАЯ КУЛЬТУРА, ПЕЧАТНЫЕ СМИ, РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ, БЕЛОРУССКИЕ ГАЗЕТЫ, РОССИЙСКИЕ ИЗДАНИЯ, КУЛЬТУРА, ОБЩЕСТВО, АУДИТОРИЯ.

Объект исследования: шоу-бизнес в репрезентации средств массовой информации. Предмет исследования: жанрово-тематический и стилевой диапазон публикаций о шоу-бизнесе в белорусской прессе. Цель исследования: проанализировать особенности репрезентации шоу-бизнеса в белорусских СМИ. Теоретико-практическую базу исследования составили нормативно-правовые акты, регулирующие деятельность СМИ, публикации по проблемам текущего состояния журналистики и процессов, происходящих в медиаиндустрии, материалы, размещенные на сайтах различных исследовательских и общественных организаций в сети Интернет. В качестве базы исследования выбраны следующие газеты: «СБ. Беларусь сегодня», «Знамя юности», «Звезда», «Аргументы и факты в Беларуси», «Комсомольская правда в Белоруссии». Методы исследования: теоретический анализ литературы по проблеме исследования, синтез полученных данных, метод системно-целостного анализа, метод контент-анализа. Новизна исследования состоит в том, что впервые системно рассмотрена проблема репрезентации шоу-бизнеса в СМИ, а также проанализированы особенности освещения данной тематики в белорусском медиапространстве. Практическая значимость данной работы заключается в том, что ее результаты могут быть использованы в учебном процессе в преподавании дисциплин по проблематике СМИ, а также в спецкурсах по проблемам массовой культуры и СМИ, менеджменту в области культуры. Дипломная работа содержит достоверные материалы и выполнена самостоятельно.

Аб'ём дыпломнай работы: 63 стар. Работа складаецца з ўвядзення, трох глаў, Заключэння, Бібліяграфічнага спісу (48 крыніц), Дадатка. Колькасць ілюстрацый (малюнкаў): 14.

Ключавыя словы: ШОУ-БІЗНЭС, ЖУРНАЛІСТЫКА, МАСАВАЯ КУЛЬТУРА, ДРУКАВАНЫЯ СМІ, РЭПРЭЗЕНТАЦЫЯ, БЕЛАРУСКІЯ ГАЗЕТЫ, РАСІЙСКІЯ ВЫДАННІ, КУЛЬТУРА , ГРАМАДСТВА, АУДЫТОРЫЯ.

Аб'ект даследавання: шоў-бізнэс у рэпрэзентацыі сродкаў масавай інфармацыі. Прадмет даследавання: жанрава-тэматычны і стылёвай дыяпазон публікацый пра шоў-бізнэсе ў беларускай прэсе. Мэта даследавання: прааналізаваць асаблівасці рэпрэзентацыі шоў-бізнэсу ў беларускіх СМІ. Тэарэтыка-практычную базу даследавання склалі нарматыўна-прававыя акты, якія рэгулююць дзейнасць СМІ, публікацыі па праблемах бягучага стану журналістыкі і працэсаў, якія адбываюцца ў медыяіндустрыі, матэрыялы, размешчаныя на сайтах розных даследчых і грамадскіх арганізацый у сеткі Інтэрнэт. У якасці базы даследаванні абраныя наступныя газеты: «СБ.Беларусь сёння », «Знамя юнасці», «Звязда», «Аргументы і факты ў Беларусі», «Камсамольская праўда ў Беларусі». Метады даследавання: тэарэтычны аналіз літаратуры па праблеме даследавання, сінтэз атрыманых дадзеных, метады сістэмна-цэласнага аналізу, метады кантэнт-аналізу. Навізна даследавання складаецца ў тым, што ўпершыню сістэмна разгледжана праблема рэпрэзентацыі шоў-бізнэсу ў СМІ, а таксама прааналізаваны асаблівасці асвятлення дадзенай тэматыкі ў беларускай медыяпрасторы. Практычная значнасць дадзенай работы складаецца ў тым, што яе вынікі могуць быць выкарыстаны ў навучальным працэсе ў выкладанні дысцыплін па праблематыцы СМІ, а таксама ў спецкурсах па праблемах масавай культуры і СМІ, менеджменце ў галіне культуры. Дыпломная работа ўтрымлівае дакладныя матэрыялы і выканана самастойна.

Thesis volume: 63 p. Work consists of Introduction, three heads, The conclusion, a Bibliography (48 sources), The application. Quantity of illustrations (drawings): 14.

Keywords: SHOW BUSINESS, JOURNALISM, MASS CULTURE, PRINT MEDIA, REPRESENTATION, BELARUSSIAN NEWSPAPER, RUSSIAN MEDIA, CULTURE, SOCIETY, THE AUDIENCE.

Object of research: show business in representation of mass media.  
Object of research: genre-thematic and style range of publications about show business in the Belarusian press. Research objective: to analyse features of representation of show business in the Belarusian mass media. Theoretical and practical base of research drew up the normative legal acts regulating activity of mass media, publications on problems of current state of journalism and the processes happening in the media industries, materials published on the websites of various research and public organizations on the Internet. As base of research the following newspapers are chosen: "SB. Belarus segodnia", "Znamia unosti", "Zvyazda", "Arguments and the facts in Belarus", "Komsomolskaya Pravda in Belarus". Research methods: the theoretical analysis of literature on a research problem, synthesis of the obtained data, a method of the system and complete analysis, the method of content analysis. Novelty of research consists that the problem of representation of show business in mass media for the first time is systemically considered, and also features of illumination of this subject in the Belarusian media space are analysed. The practical importance of this work is that its results can be used in educational process in teaching disciplines on a perspective of mass media, and also in special courses on problems of mass culture and mass media, to management in the field of culture. The thesis contains reliable materials and is executed independently.